



RESOCONTO LABORATORIO “ A SCUOLA DI PUBBLICITA’ ”

Scuole partecipanti:

Scuola Media “Alighieri-Fermi” - Rimini – Insegnanti: Paola Pruccoli – Annamaria Ursi – classe I°E

Scuola Media “Bertola” - Rimini – Insegnante: Vera Fabrini – classe II°I

Scuola Elementare “Ferrarin” - Bellaria Igea Marina – Insegnanti: Michela Belletti, Paola Soleri – classe II°C

Introduzione:

Il laboratorio “A scuola di pubblicità” nasce con la finalità di trasmettere agli studenti delle scuole primarie e secondarie strumenti di analisi del messaggio pubblicitario veicolato dai mass media.

Oltre a sensibilizzare ad una fruizione critica e consapevole del messaggio pubblicitario, il laboratorio si pone l’obiettivo di stimolare nei ragazzi capacità creative e organizzative, favorendo il lavoro di gruppo e il dibattito in classe.

Le fasi del lavoro:

Il laboratorio “A scuola di pubblicità” si svolge in tre incontri di due ore ciascuno.

Queste le tappe del percorso:

I° Incontro

Argomenti trattati:

Nelle scuole secondarie di primo grado, attraverso il dibattito in classe e con l’ausilio di annunci pubblicitari su carta stampata e spot televisivi proiettati in classe, si affrontano i seguenti argomenti:

-Introduzione agli obiettivi primari della pubblicità.

-Breve storia della pubblicità.

-Analisi delle relazioni tra pubblicità e mass media.

-Analisi dei codici comunicativi utilizzati dal messaggio pubblicitario nei differenti media.

- Analisi del ciclo di vita di un annuncio pubblicitario, del ruolo dell'agenzia di comunicazione e delle figure professionali coinvolte.
- Introduzione ai concetti di 'prodotto', 'servizio' e 'mercato'.
- Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio (caratteristiche fisiche, prezzo, packaging, marca-marchio).
- Analisi della struttura base di un annuncio pubblicitario su carta stampata, spiegazione dei concetti di headline, visual, body copy, logo e marca, pay off. Nelle scuole Elementari, sempre attraverso il dibattito in classe e con l'ausilio di annunci pubblicitari su carta stampata e spot televisivi proiettati in classe, si affrontano i seguenti argomenti:
 - Che cos'è la pubblicità
 - A cosa serve
 - Come 'funziona'
 - Perché piace
 - Come lavorano i pubblicitari
 - Come è fatto un annuncio pubblicitario

Esercitazioni in classe:

Nelle scuole Medie, dopo aver distribuito alla classe quotidiani e riviste, viene chiesto a ciascun alunno di selezionare un annuncio pubblicitario indicando le motivazioni della scelta e di individuarne gli elementi strutturali di base (headline, visual, body copy, logo e marca, pay off).

Nelle scuole Elementari, dopo aver distribuito a ciascun alunno un annuncio pubblicitario su carta preventivamente selezionato, i bimbi devono rispondere alle seguenti domande: cosa viene pubblicizzato? Che emozioni provoca l'immagine utilizzata? Cosa significa il testo scritto? E' una pubblicità convincente? Perché?

II° Incontro

Argomenti trattati:

Nelle scuole Medie, attraverso il dibattito in classe, vengono affrontati i seguenti argomenti:

- Analisi del concetto di identità di marca, dei simboli correlati (stereotipi, luoghi comuni, immaginario collettivo, codici comunicativi), dei valori soggiacenti e dei bisogni a cui si promette un soddisfacimento.
- Spiegazione dei concetti di target e promessa.
- Analisi della struttura di uno spot televisivo e del linguaggio utilizzato.

Nelle scuole Elementari ai bimbi viene spiegato perché i prodotti hanno un nome, come questo viene scelto dai pubblicitari, perché i prodotti hanno un 'vestito' e come viene 'confezionato', che cos'è uno slogan e come crearne uno che funzioni.

Esercitazioni in classe:

Nelle scuole Medie a ciascun alunno viene chiesto di analizzare verbalmente alcuni spot pubblicitari rimasti impressi nella memoria rispondendo ad una

serie di domande (qual è la storia, il prodotto, il target, la promessa e il modo in cui il prodotto si rende unico).

Alla classe, divisa in gruppi di 4-5 alunni ciascuno, viene chiesto di ideare e mettere in scena una serie di 'mini-spot' scegliendo fra un paniere di prodotti a loro familiari (scarpe da calcio, profumi, videogiochi, etc). Ogni gruppo ha il compito di preparare uno spot inventandone storia, musica, parole, slogan e ogni possibile artificio performativo atto a rendere più efficace il messaggio pubblicitario presentato alla classe, considerata per l'occasione il target di riferimento.

Nelle scuole Elementari al post dello spot i bimbi, divisi per gruppi, devono realizzare il packaging e il naming di una serie di prodotti inventati partendo da confezioni date.

III° e ultimo Incontro

Argomenti trattati:

-Nelle scuole Medie, dopo un veloce riepilogo dei concetti chiave del laboratorio, vengono forniti gli strumenti per realizzare il lavoro finale spiegando cos'è una campagna sociale, in cosa si differenzia da una campagna commerciale e come si lavora alla realizzazione di una buona campagna di comunicazione.

-Nelle scuole Elementari si spiega come realizzare un cartellone pubblicitario partendo da prodotti inventati dai bimbi e destinati agli stessi.

Esercitazione in classe:

-Nelle scuole Medie, dopo avere diviso la classe in gruppi di 4-5 alunni ciascuno, viene chiesto di realizzare cartelloni pubblicitari di tipo 'sociale' su un tema sensibile a scelta fra droga, alcool, fumo, bullismo, razzismo, etc.

-Nelle scuole Elementari, dopo aver suddiviso la classe in gruppi di 4-5 alunni ciascuno, viene chiesto di realizzare cartelloni pubblicitari 'efficaci', che contengano un'immagine, uno slogan e un 'body copy", partendo da un prodotto inventato dai bimbi destinato agli stessi.

Materiali e strumenti didattici:

Nella conduzione del laboratorio sono stati utilizzati:

-Tv con lettore Dvd.

-Quotidiani, magazine.

-Cartelloni bristol colorati 70x100, forbici, colla, pennarelli.

-Lavagna e gesso.

-Dispensa "Appunti di pubblicità" (solo nelle Scuole Medie) vedi allegato.

Bilancio dell'esperienza:

Il laboratorio ha riscosso particolare successo sia tra i bambini delle scuole primarie che tra i ragazzi delle scuole secondarie inferiori. La natura degli argomenti trattati, la formula didattica proposta e gli strumenti utilizzati hanno

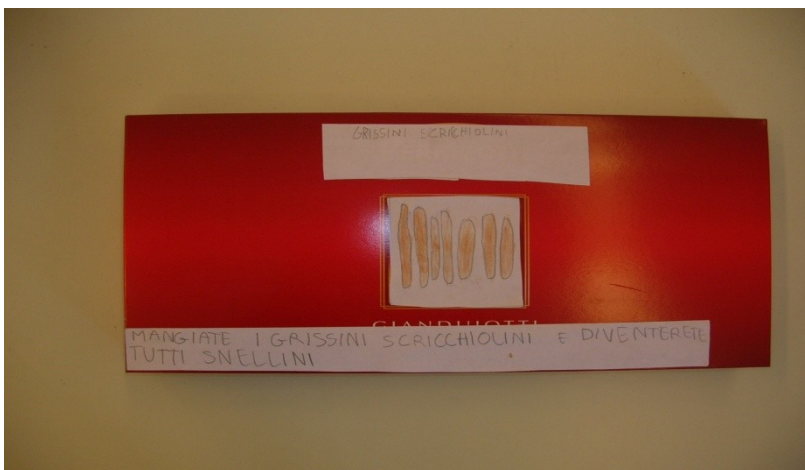
reso gli incontri estremamente graditi ai ragazzi nonostante i concetti analizzati spesso non fossero semplici e di immediata comprensione. Gli obiettivi del laboratorio, ovvero sensibilizzare ad una fruizione critica e consapevole del messaggio pubblicitario, stimolando nei ragazzi capacità creative e organizzative e favorendo il lavoro di gruppo e il dibattito in classe, sono stati ampiamente raggiunti come testimoniato dalla qualità dei lavori finali eseguiti dai ragazzi.

Principali obiettivi raggiunti:

L'obiettivo principale del laboratorio è quello di spingere i bambini e i ragazzi a diventare consumatori mediatici attivi. Alla fine del lavoro si auspica che la consapevolezza nei confronti delle astuzie del linguaggio persuasivo sia maggiore. E se i bimbi apprezzano maggiormente l'aspetto ludico e creativo del laboratorio e del linguaggio pubblicitario, i ragazzi più grandi riescono in genere a fare un'analisi più disincantata dei messaggi a cui sono quotidianamente sottoposti privilegiando il dibattito in classe. Quello che emerge dal laboratorio è che gli studenti si sentono smaliziati nei confronti di certi messaggi, in grado di analizzarli criticamente e di non esserne condizionati, quello di cui però si rendono conto alla fine del lavoro è che esiste un condizionamento che avviene su livelli di comunicazione più sottili e su tematiche più ampie.

Foto lavori classe II° C – Scuola Elementare Ferrarin:

Packaging “Grissini scricchiolini” - slogan: “Mangiate i grissini Scricchiolini e diventerete tutti snellini”



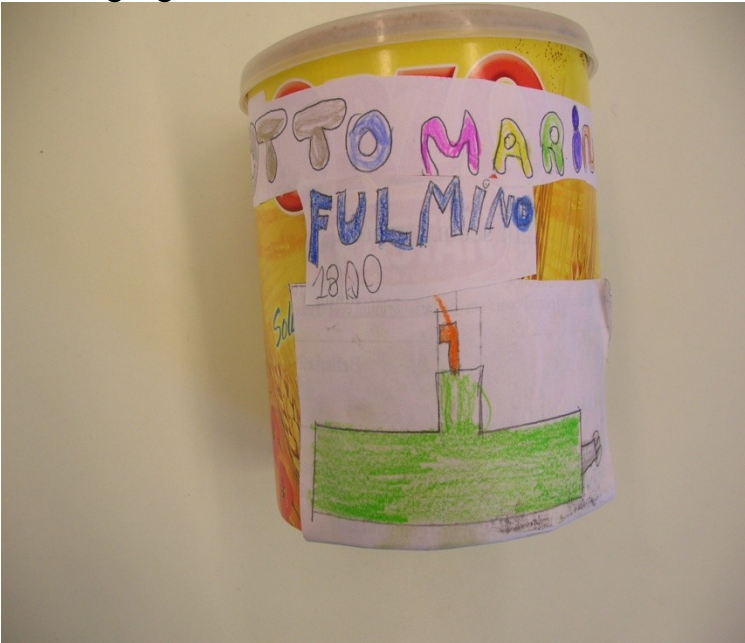
Packaging “Frinzinè” - slogan: “Frinzinè: la bibita più buona che c'è!”



Packaging “Gombal” - “Rivoluzionario gonfiatore di palloncini”



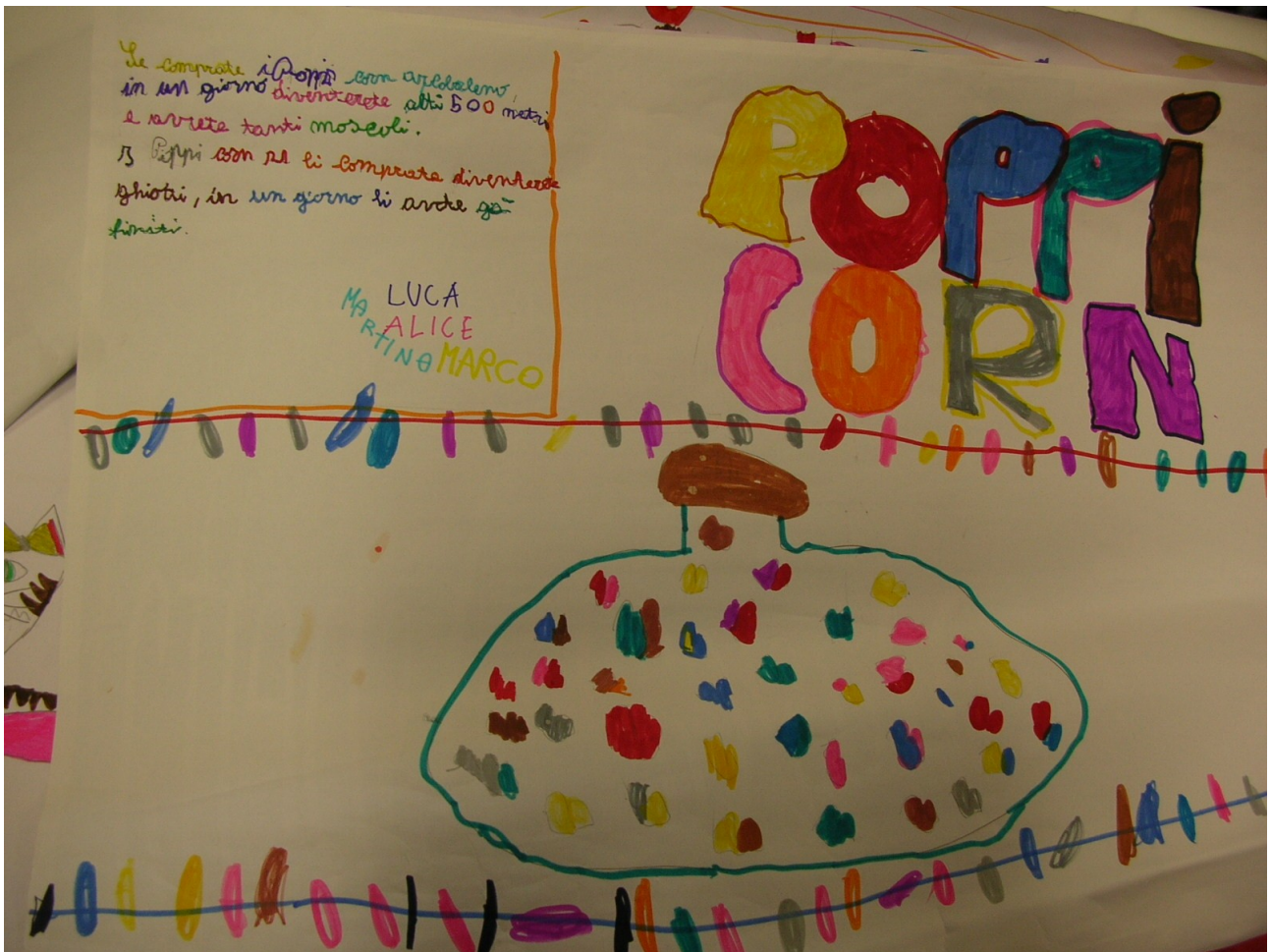
Packaging “Sottomarino Fulmino: che fa felice ogni bambino”



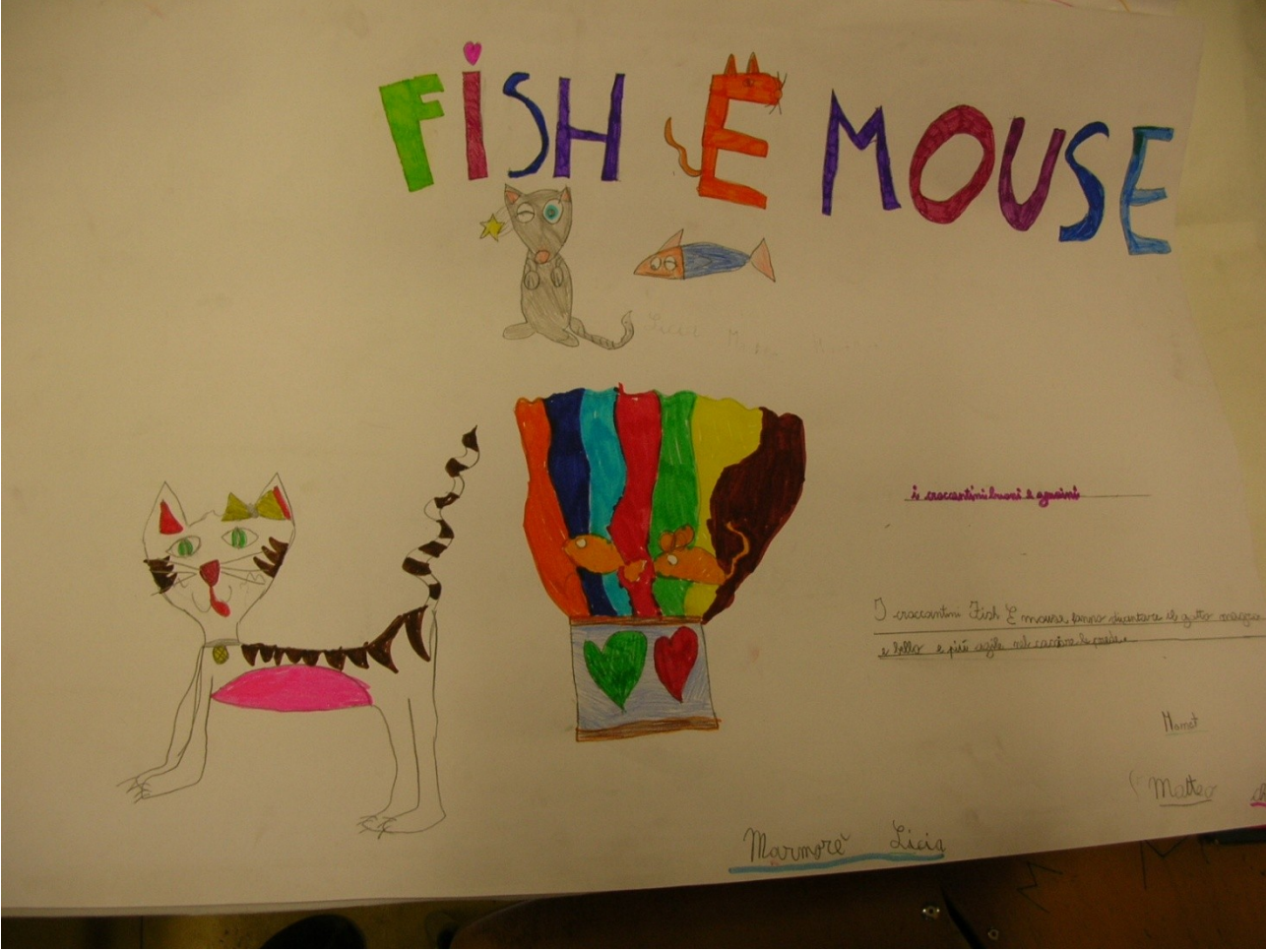
Cartellone pubblicitario – prodotto “Gioco Maghettino”



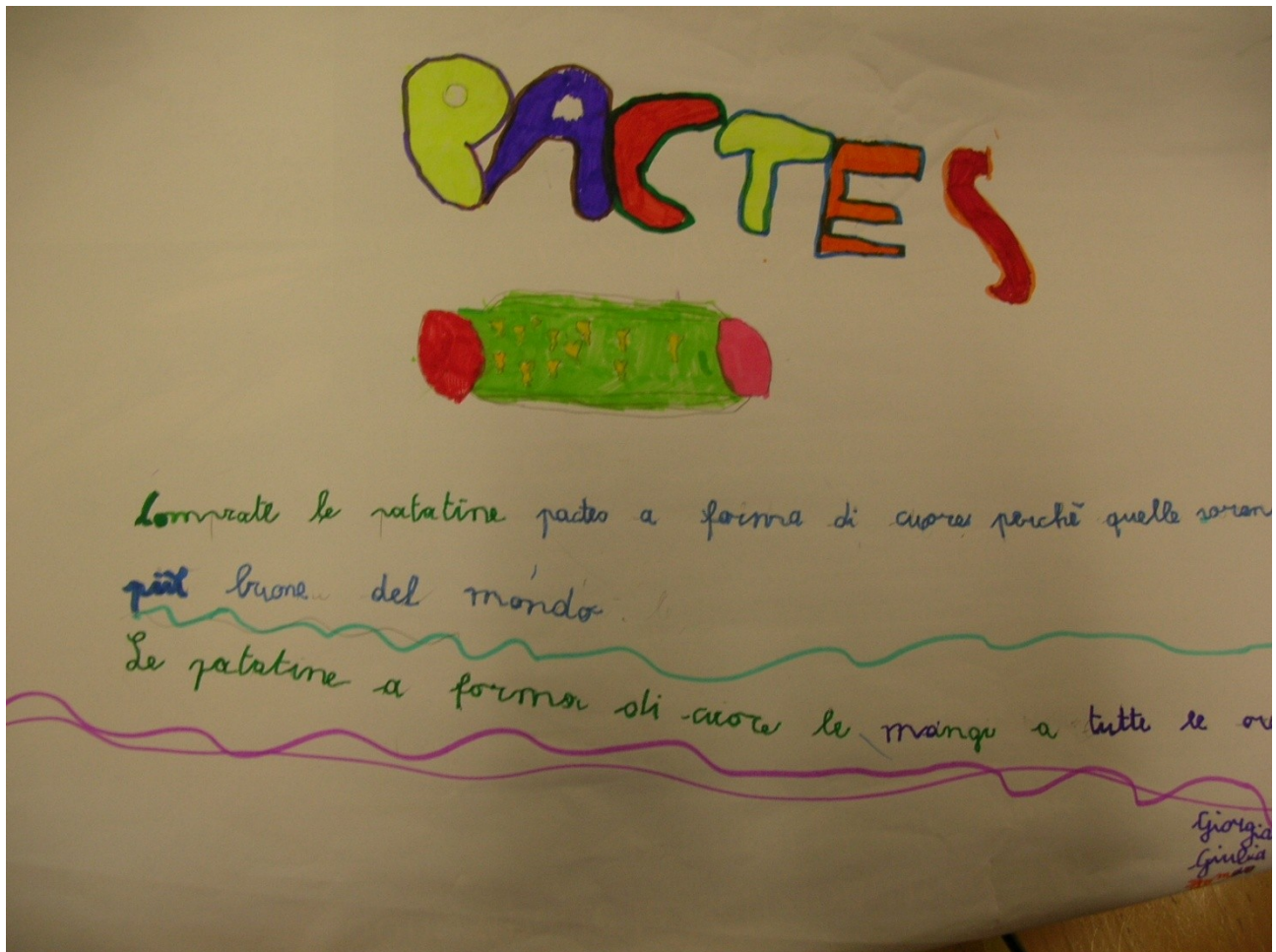
Cartellone pubblicitario – prodotto “Poppi Corn: i primi Pop-Corn arcobaleno”



Cartellone pubblicitario – prodotto “Fish e Mouse: il mangiare per gatti irresistibile”



Cartellone pubblicitario – prodotto “Pactes: le prime patatine a forma di cuore”



Cartellone pubblicitario – prodotto “Rainbow: l'acqua arcobaleno”

